

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH PADA STIE PASAMAN

M. Saleh Lubis

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman, Simpang Empat.

Diterima 12 Desember 2015

Disetujui 14 Pebruari 2016

ABSTRAK

Perguruan Tinggi memegang peranan penting dalam mencetak Sumber Daya Manusia berkualitas di Indonesia. Penerapan manajemen pemasaran profesional juga menjadi penting pada lembaga Perguruan Tinggi. Diantara aspek penting manajemen pemasaran adalah proses pemasaran dari mulut kemulut yang dilakukan mahasiswa yang puas kuliah di suatu Perguruan Tinggi. Penelitian ini mengkaji kepuasan mahasiswa kuliah di STIE Pasaman yang ditelusuri dari pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan mahasiswa. Jumlah sampel sebanyak 241 mahasiswa ditarik dengan rumus Slovin dari 604 populasi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan masing-masing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah di STIE Pasaman. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa kuliah di STIE Pasaman dapat dilakukan dengan meningkatkan lagi kualitas pelayanan dan nilai pelanggan.

Kata Kunci : *Kepuasan, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan.*

ABSTRACT

The Higher Educational Institution plays an important role to generate the high quality of Human Resources on Indonesia. Application of the professional marketing management on this institution is important too. Among the important aspects of marketing management is the words of mouth by the students were satisfied. This study examines the impact of service quality and customer value on satisfaction of students study at STIE Pasaman. Number of sampel is 241 people drawn by Slovin formula from 604 population. The results of this study showed the quality of service and customer value of each partial positive and significant impact on student satisfaction study at STIE Pasaman. The results of this study imply that in order to improve the satisfaction of students studying at STIE Pasaman can be done by increasing again service quality and customer value.

Key words : *Satisfaction, service quality and customer value.*

PENDAHULUAN

Didalam menghadapi situasi persaingan di era dunia yang semakin menggelobal, dimana bangsa Indonesia akan berhadapan langsung dengan bangsa lain dikancah persaingan tanpa batas, menuntut kesiapan kualitas sumber daya manusia yang berkualitas.

Untuk menghasilkan manusia yang berkualitas itu, peranan perguruan sangatlah penting. Perguruan Tingglah tempat mahasiswanya digembleng untuk menjadi sumber daya manusia yang memiliki keterampilan, menguasai ilmu pengetahuan dan berintegritas.

Oleh karena peran Perguruan Tinggi yang teramat penting didalam mengawal perjalanan bangsa menjadi bangsa yang unggul dan dihormati didunia internasional, maka Perguruan Tinggi menyediakan pelayanan pendidikan dan nilai yang membuat puas para mahasiswanya. Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2011) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang atas kinerja yang diterima dibandingkan dengan yang diharapkannya.

Kepuasan pelanggan diantaranya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan. Menurut Tjiptono (2001),

kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Nilai pelanggan adalah keseluruhan evaluasi pelanggan terhadap kegunaan produk berdasarkan persepsi apa yang diperoleh dan apa yang telah diberikan atau pengorbanan (Zeithaml, 1988). Nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Wang *et al.*, 2004).

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman adalah sebuah perguruan tinggi yang cukup penting peranannya didalam memberikan jasa pendidikan tinggi di Kabupaten Pasaman Barat. Meski terletak di Kabupaten namun reputasinya sudah dapat dibanggakan. Para alumninya telah berkarier dengan baik yang tersebar di kantor-kantor instansi Pemerintah dan Perusahaan Swasta di daerah ini. Agar peranan dan reputasinya itu dapat terus berkembang berkesinambungan perlu terus ditingkatkan manajemen perguruan tinggi yang baik. Diantara target penerapan manajemen perguruan tinggi yang baik itu adalah termaksimalkannya rasa kepuasan mahasiswa berkuliah di perguruan tinggi ini.

Diantara faktor-faktor yang dianggap penting didalam meningkatkan kepuasan mahasiswa adalah kualitas pelayanan dan nilai yang diterima dan dirasakan para mahasiswa berkuliah disini (nilai pelanggan).

Melalui pendekatan analisis kausalistik penelitian ini mencoba menemukan bagaimana pengaruh kedua variabel ini terhadap pembentukan kepuasan mahasiswa. Sehubungan dengan hal tersebut penelitian ini diberi judul Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah pada STIE Pasaman.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Di dalam mengkaji kepuasan mahasiswa berkuliah di STIE Pasaman mengacu pada konsep kepuasan pelanggan. Kotler (2003) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan. Sementara Johnson and Fornell (1991) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi menyeluruh konsumen atas kinerja produk yang dikonsumsi. Singh (1991), mengatakan bahwa kepuasan merupakan

faktor yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen.

Dari pendapat para pakar diatas disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah berupa perasaan pelanggan dalam hal ini para mahasiswa STIE Pasaman setelah mereka menerima kinerja yang diberikan oleh STIE Pasaman tempat mereka berkuliah.

Tjiptono (2004) menyatakan konsep kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan berkaitan erat. Dalam sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Woodruff (1997) menjelaskan konsep nilai pelanggan mengindikasikan suatu hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk mengukur variabel kepuasan dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Supranto J, (2001) yaitu :

1. Profesionalisme
2. Daya Tanggap
3. Pelayanan
4. Tempat
5. Menyeluruh

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2001), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Zeithaml (2004), kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat mutu pelayanan yang disediakan untuk memenuhi semaksimal mungkin keinginan dari para pelanggan.

Untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Zeithaml (1988) yaitu :

1. Tangibless
2. Reliability
3. Responsiveness

4. Assurance
5. Empathy

Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan menurut Kotler dan Armstrong (2001) nilai pelanggan adalah selisih nilai yang dinikmati pelanggan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkannya untuk itu. Sedangkan Zeithaml (1987) menyebutkan bahwa nilai pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk atau jasa berdasarkan persepsinya pada apa yang diterima dan yang dikorbankan. Butz and Goodstein (1996) menyebutkan nilai pelanggan adalah kualitas yang dirasakan dikaitkan dengan harga produk yang dinilai berdasarkan keunggulan produk, rasa ketertarikan dan penilaian terhadap manfaat keseluruhan atas produk yang dinikmati. Sedangkan menurut Wooddruff (1997) nilai pelanggan adalah prefensi yang dirasakan pelanggan dan evaluasi pada atribut-atribut produk serta berbagai konsekuensi atas penggunaan suatu produk untuk mencapai tujuan dan maksud pelanggan.

Dari berbagai definisi yang diketengahkan para ahli tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa

nilai pelanggan adalah perbandingan manfaat dengan pengorbanan pelanggan atas produk yang diperolehnya.

Variabel nilai pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator yang dikemukakan Kotler & Armstrong, (1997) terdiri dari :

1. Nilai Produk
2. Nilai Pelayanan
3. Nilai Personal
4. Nilai Citra

PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS

Untuk membangun hipotesis dalam penelitian ini peneliti mendasarkannya pada hasil penelitian terdahulu tentang hubungan-hubungan antar variabel yang akan diteliti dan dianalisis pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

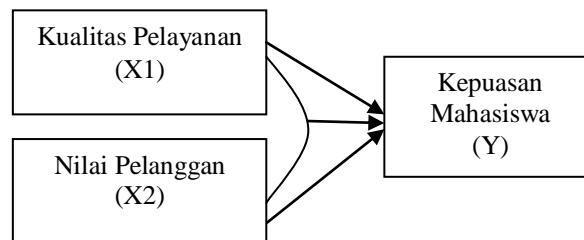
No	Peneliti	Tahun	Hasil Penelitian
1	I Wayan Siwantara	2011	Nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	Dwi Aryani dan Febrina Rosinta	2010	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	Dibyanoro dan Nani Cesimariani	2012	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Tabel 1 diatas maka dapatlah dikembangkan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa untuk kuliah pada STIE Pasaman.
- H2: Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa untuk kuliah pada STIE Pasaman.

Berdasarkan teori yang dikemukakan para pakar sebagaimana telah disebut diatas tentang hubungan-hubungan antar variabel penelitian didukung pula oleh temuan hasil penelitian, maka penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan mahasiswa untuk kuliah di STIE Pasaman memiliki argumentasi yang kuat.

Dengan demikian model penelitian ini dapat dikembangkan sebagai berikut :



Gambar 1 : Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasaman Barat dengan objek penelitian adalah mahasiswa STIE Pasaman.

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran (2006) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Populasi

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa STIE Pasaman yang pada saat penelitian ini dilaksanakan berjumlah 604 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini pengambilan jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 5% berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N.e^2)}$$

Hasil perhitungan dengan rumus tersebut diperoleh sampel sebanyak 241 orang. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Stratified Random Sampling*.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini digolongkan dalam dua jenis yaitu :

1. Data primer, yaitu yang diperoleh secara langsung atau data yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner langsung kepada responden.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, diperoleh dengan cara mendapatkan referensi melalui literature buku, artikel ilmiah, hasil penelitian dan sumber-sumber lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan 2 (dua) jenis metode pengumpulan data yaitu Kuisisioner (angket) yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya dan observasi (pengamatan) yang dilakukan secara langsung kepada objek-objek penelitian khususnya yang menyangkut variabel yang diteliti.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *corrected item-total correlation*. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid bila memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,30 dan sebaliknya (Maholtra, 1993). Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Versi 16,0.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* yang menurut Sekaran (2009), suatu instrumen dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* lebih dari 0,70. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS Versi 16,0.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan analisa regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang menurut Ghozali (2005) terdiri dari uji normalitas data, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Adapun metode pengujian dilakukan sebagai berikut :

1. Normalitas data diuji dengan metode Kolmogrov-Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal bila nilai asyim sig (2 tailed) > 0,05.
2. Uji linieritas dengan *Compare means*. Bila signifikansi linierity pada ANOVA table < 0,05 maka dinyatakan linier.
3. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Variabel independen dinyatakan terbebas dari masalah multikolinieritas bila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.
4. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pada grafik Scatterplot. Bila data menyebar tanpa membentuk pola tertentu dan berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dinyatakan bebas dari masalah multikolinieritas.

Analisa Regresi Berganda

Tehnik pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisa regresi linier berganda.

Berdasarkan model penelitian dalam penelitian ini maka rumus persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

- a = Konstanta
 X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Nilai Pelanggan
 Y = Kepuasan Mahasiswa
 e = variabel pengganggu.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh atau besarnya kontribusi variabel-variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Nazir (2011) mengatakan bahwa dalam analisa regresi diperlukan juga untuk melihat berapa persen dari variasi variabel dependen dapat diterangkan oleh variasi dari variabel independen. Untuk ini digunakan koefisien determinasi (R^2). Rentang koefisien R^2 adalah dari 0 s/d 1. Semakin koefisien R^2 mendekati angka 1 maka pengaruh variabel independen semakin besar terhadap variabel dependen. Dalam menghitung koefisien R^2 dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 16.0.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F dipakai untuk menguji kelayakan model penelitian. Model penelitian harus layak berdasarkan pengujian ini agar dapat dilanjutkan dengan pengujian hipotesis (uji t).

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini untuk menguji hipotesis secara parsial, yaitu untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas sebagaimana terlihat pada table 2 menunjukkan bahwa 22 item pernyataan yang digunakan mengukur variabel kualitas pelayanan semuanya valid. Begitu pula 5 item pernyataan untuk mengukur variabel nilai pelanggan juga semuanya valid. Sedangkan 5 item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan mahasiswa terdapat 1 item yang tidak valid sehingga harus dikeluarkan karena tidak memenuhi syarat untuk digunakan sebagai pengukur variabel tersebut.

Selanjutnya hasil pengujian reliabilitas dari seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable* karena sesuai pendapat Maholtra (2010) bilamana nilai *Cronbach's alpha* diatas 0,60 dapat dinyatakan *reliable*. Semua hasil uji reliabilitas terhadap variabel-variabel penelitian nilai *Cronbach's alpha* diatas 0,60.

Tabel 2 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jlh Pernyataan	Tidak Valid	Valid	Cronbach's alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	22	0	22	0,898	Reliable
Nilai Pelanggan	5	0	5	0,811	Reliable
Kepuasan Mahasiswa	5	1	4	0,698	Reliable

Sumber : Diolah dari data primer (2015)

Uji Asumsi Klasik.

Uji Asumsi Klasik merupakan serangkaian pengujian yang harus dilakukan bila pengujian hipotesis berupa pengaruh antara variabel terhadap variabel lainnya baik satu buah variabel bebas maupun lebih digunakan dengan metode regresi linier. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas data, uji liniertitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

Pengujian normalitas diperlukan untuk melihat apakah data penelitian berdistribusi normal. Adapun pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Kolmogrov-Smirnov dengan bantuan SPSS versi 16. Penentuan normal tidaknya data dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed). Bila nilainya $> 0,05$ maka data dinyatakan normal dan sebaliknya bila $< 0,05$ dinyatakan tidak normal. Dari hasil pengukuran terlihat bahwa semua variabel yang diuji menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga data dinyatakan normal. Adapun hasil pengujian normalitas sebagai berikut :

Uji Normalitas Data

Tabel 3 : Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	Asymp Sig. (2 taled)	Cut Off	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,083	$> 0,05$	Normal
Nilai Pelanggan	0,126	$> 0,05$	Normal
Kepuasan Mahasiswa	0,468	$> 0,05$	Normal

Sumber : Data diolah (2016)

Uji Linieritas

Sedangkan uji linieritas berguna untuk melihat apakah variabel-variabel independen bersifat linier terhadap variabel dependen. Pengujian hubungan antar variabel dengan alat regresi linier mengharuskan adanya hubungan yang linier diantara variabel yang diuji. Sedangkan

uji linieritas data dalam penelitian ini yang dilakukan dengan compare means melalui bantuan program SPSS versi 16 menunjukkan semua variabel independen bersifat linier terhadap variabel dependen karena semua nilai linierity menunjukkan angka $< 0,05$. Adapun hasil pengujian linieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 4 : Hasil Uji Linieritas

Variabel	Linierity Sig.	Cut Off	Keterangan
Kualitas Pelayanan → kepuasan mahasiswa	0,000	$< 0,05$	Linier
Nilai Pelanggan → kepuasan mahasiswa	0,000	$< 0,05$	Linier

Sumber : Data diolah (2016)

Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas ditujukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh yang berarti diantara variabel independen yang diujikan. Pengujian pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen mengharuskan tidak adanya hubungan yang berarti diantara variabel independen atau terbebas dari masalah

multikolinieritas.. Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan semua variabel nilai *tolerance* menunjukkan $> 0,10$. Sedangkan nilai VIF semua variabel menunjukkan < 10 . Dengan demikian data menunjukkan terbebas dari masalah multikolinieritas yang berarti tidak terdapat pengaruh yang berarti sesama variabel independen. Hasil pengujian Multikolinieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 5 : Hasil Uji Multikolinieritas

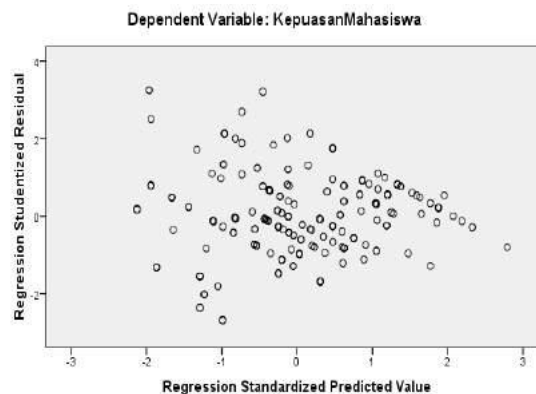
	Collinearity		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan	.930	1.076	Bebas multikol
Nilai Pelanggan	.930	1.076	Bebas multikol

Sumber : Data diolah (2016)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang berarti pada residual dari suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Data yang baik tidak terdapat perbedaan yang berarti atau terbebas dari masalah multikolinieritas. Adapun hasil pengujian

heteroskedastisitas yang dilakukan dengan melihat pada grafik Scatterplot berdasarkan bantuan program SPSS versi 16 menunjukkan data menyebar tanpa membentuk pola yang teratur dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Ini artinya data terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :



Gambar 2 : Hasil uji heteroskedastisitas

Regresi Berganda, Uji F dan Koefisien Determinasi

Untuk melakukan pengujian hipotesis, uji kelayakan model (uji F) dan menemukan angka koefisien determinasi dilakukan pengujian regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 16. Adapun hasil pengujian dimaksud dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 : Hasil Regresi Berganda, Uji F dan Koefisien Determinasi

Variabel	Model 1	
	B	Sig.
Konstanta	1,485	
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,250	0,000
Nilai Pelanggan (X_2)	0,323	0,000
F	78,425	0,000
R^2	0,397 atau 39,7%	

Sumber : Data diolah (2016)

PEMBAHASAN

1. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa model sudah layak sehingga dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis.
2. Hipotesis pertama diterima, karena hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa kuliah pada STIE Pasaman dengan koefisien sebesar 0,250 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$).
3. Hipotesis kedua juga diterima, karena hasil penelitian menunjukkan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa untuk kuliah pada STIE Pasaman dengan koefisien sebesar 0,323 dan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$).
4. Koefisien determinasi sebesar 39,7% menunjukkan kontribusi kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa untuk kuliah pada STIE Pasaman adalah 39,7%, sedangkan sisanya 60,3% lagi dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini memberikan implikasi kepada pimpinan STIE Pasaman untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa untuk berkuliah di Perguruan Tinggi ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan terus menerus berupaya meningkatkan nilai pelanggan dengan meningkatkan manfaat bagi mahasiswa baik berupa peningkatan mutu pembelajaran maupun dengan melengkapi sarana dan prasarana kampus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat diberikan kesimpulan bahwa seluruh variabel independen yaitu baik kualitas pelayanan maupun nilai pelanggan masing-masing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap peningkatan kepuasan mahasiswa untuk berkuliah pada STIE Pasaman Simpang Empat. Hasil penelitian ini membuktikan kebenaran teori yang dikemukakan para pakar bahwa variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dapat meningkatkan kepuasan. Selain itu temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh I Wayan Siwantara (2011), penelitian Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010) dan penelitian Dibyantoro dan Nani Cesimariani (2012).

Saran-saran

1. Kepada pimpinan STIE didalam upaya meningkatkan kepuasan mahasiswa perlu meningkatkan lagi kualitas pelayanan kearah yang lebih baik dan terus meningkatkan nilai pelanggan secara berkelanjutan.
2. Karena masih banyak variabel-variabel lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan secara teoritis, maka disarankan agar dilakukan penelitian lanjutan yang menguji pengaruh variabel-variabel lainnya itu terhadap kepuasan mahasiswa kuliah pada STIE Pasaman.
3. Perlu juga dilakukan penelitian sejenis penelitian ini yang diperluas pada objek-objek penelitian lainnya agar pembuktian teori dapat lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam rangka menghasilkan karya penelitian ini peneliti banyak sekali dibantu oleh pihak unsur Pimpinan STIE Pasaman Simpang Empat beserta staf lain dan rekan dosen sejawat. Oleh karena itu pada kesempatan ini kami menghaturkan terima kasih yang setinggi-tingginya. Terima kasih yang tinggi juga kami sampaikan kepada para mahasiswa yang telah berkenan menjawab kuesioner penelitian ini secara jujur apa adanya demi terwujudnya hasil penelitian yang akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto**, Suharmi, 2006, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT.Rineva Cipta.
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta**, 2010, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Adfministrasi dan Organisasi, Jakarta.
- Dybyantoro dan Nani Cesimariani**, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Haspari*, Jurnal Ekonomi dan Informasi Akutansi (Jenius), Palembang.
- Fuad Mas'ud (2004)**, *Survai Diagnosis Organisasi-onal Konsep dan Aplikasi*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005.** *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Semarang. Indonesia.
- Ghozali, Imam (2007)**, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali Imam (2008)**, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.** 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta ; PT. Indeks.
- Kotler, P. dan G. Armstrong (2001)**. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ed. 9. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mas'ud, Fuad (2004)**. *Survai Diagnosis Organissional : Konsep dan Aplikasi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maholtra, Naresh K dkk. (2004)**, *Marketing Research: An Applied Orientation*, New South Wales : Prentice.
- Morgan, Robert M & Hunt, ShelbyD.** 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*.
- Kuncoro, M. 2003.** *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Erlangga. Jakarta.
- Parasuraman, A.** 1997. "Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Customer Value," *Journal of The Academy of Marketing Science*, vol.25.
- Parasuraman, A,V.A.Zeithami and L.L. Berry.** 1988. " A Multiple- Item Scalefor Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*.
- Saleh, M Lubis (2014)**, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping*.
- Sugiyono, (2002)**. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Cetakan Ketujuh. Bandung : Alfabeta.
- Sekaran, Uma.** 2006. *Research Method For Business*. Salemba Empat. Jakarta.
- Swasta, Basu dan Tani, Handoko.** 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Swasta, Basu dan Irawan.** 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Lyberty.
- Supianto J.** *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan; Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy.** 2002. *Strategi Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Yanto. Diana, Anastasia.** 2004. *Marketing Scales*. Yogyakarta : Andi.